



Viajando pela terminologia da promoção turística: Análise da linguagem técnica dos sites de Madri, Barcelona, Buenos Aires e Córdoba

Claudia Maria Astorino (UFSCar)

O presente trabalho é fruto de uma pesquisa de pós-doutorado realizada junto ao Departamento de Ciências da Mediação Linguística e de Estudos Interculturais da Universidade de Milão, sob a supervisão das Professoras Giovanna Mapelli e Maria Vittoria Calvi. Teve como tema a terminologia do turismo, e como objeto de estudo os sites de destinos turísticos selecionados. O aporte teórico no qual se apoia a presente investigação é a Teoria Comunicativa da Terminologia (CABRÉ, 1999). Os objetivos gerais consistiram em localizar a linguagem técnica do turismo subárea Promoção Turística, em português, espanhol, italiano e inglês. Para isso, formouse um corpus com quatro sites de destinos turísticos para cada idioma investigado: São Paulo, Rio de Janeiro, Lisboa e Porto, para a língua portuguesa; Madri, Barcelona, Buenos Aires e Córdoba, para o espanhol; Roma, Milão, Lugano e Belinzona, para o italiano; e Londres, Manchester, Nova Iorque e Los Angeles, para o inglês. A seleção dos termos se deu manualmente, uma vez que esses não eram tão numerosos. De acordo com Sardinha (2004), o corpus que se formou é escrito e contemporâneo, além de ser eletrônico. Os objetivos específicos consistiram em analisar, discutir e confrontar casos de sinonímia, polissemia, variantes diatópicas e empréstimos da língua inglesa no caso dos idiomas português, espanhol e italiano. O objetivo desta comunicação é apresentar os resultados gerados referentes à língua espanhola.

